

## **Per a una teoria de la comunicació fonamentada sociològicament**

*For a sociologically substantiated  
communication theory*

**Jordi Berrio**

Doctor en filosofia, professor de teoria de la comunicació  
del Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura  
de la Universitat Autònoma de Barcelona.

*Jordi.Berio@uab.cat*

## **Per a una teoria de la comunicació fonamentada sociològicament**

*For a sociologically substantiated communication theory*

### **RESUM:**

Hi ha molts sociòlegs que tracten la comunicació d'una manera més o menys marginal, però les teories sociològiques no la tenen en compte, amb les seves mediacions tècniques, com un àmbit definit de les estructures de la societat. Es crida l'atenció sobre els perills que comporta la molta recerca empírica que es fa sense tenir un marc teòric general prou clar. Els sociòlegs alemanys, començant per Max Weber, continuant amb els de l'Escola de Frankfurt, amb les seves diferents generacions, i acabant amb el funcionalisme sistèmic, són els qui més s'han ocupat dels temes referents a la comunicació. Però s'assenyala que han estat Jürgen Habermas i Niklas Luhmann els autors que més s'han acostat a tractar la comunicació tal com, al meu entendre, fóra de desitjar.

### **PARAULES CLAU:**

comunicació, indústria cultural, metodologia, mitjans de comunicació, recerca, sociologia crítica.



## **For a sociologically substantiated communication theory**

*Per a una teoria de la comunicació fonamentada sociològicament*

### **ABSTRACT:**

Many sociologists view communication as a peripheral subject and sociological theories and their technical mediations don't treat communication as a defined field of social structures. The author emphasises the dangers entailed by the considerable amount of empirical research carried out without a clear enough general theoretical framework. German sociologists, beginning with Max Weber, followed by the Frankfurt School and its different generations, and culminating with systemic functionalism, have been dedicated to the subject of communication. The author specifies that, in his opinion, Jürgen Habermas and Niklas Luhmann are the two figures that approach this subject most successfully.

### **KEY WORDS:**

communication, cultural industry, methodology, mass media, research, critical sociology.

## Plantejament del problema

El present treball té com a finalitat exposar el meu convenciment que la comunicació no ocupa el lloc que potser li ha de correspondre dins les teories socials, donada la importància que té en la vida de totes les comunitats, tant les antigues com les modernes, les subdesenvolupades com les desenvolupades. Repassant les obres dels autors fundadors de la ciència social, començant per Auguste Comte i continuant per Émile Durkheim, Georg Simmel, Max Weber o Talcott Parsons, per no més citar-ne alguns, és possible de constatar que han edificat llurs teories sobre l'estructura de la societat i l'han descrit introduint-hi les formes polítiques de govern, l'economia amb la divisió del treball i, finalment, la cultura i els processos de socialització, amb els valors, els símbols i les institucions socials. Trobem tot això i més, però cap, o gairebé cap, que inclogui la comunicació com un element estructural de la societat. Em permeto, doncs, de fer una afirmació agosarada sobre el contingut de la qual molts no hi estaran d'acord: manquen més treballs seriosos —algun n'hi ha— sobre el paper de la comunicació en l'estructura social. Aquest problema potser prové de l'insuficient grau de desenvolupament de la sociologia com a ciència. Probablement, tal com afirmava Robert K. Merton, no es pot anar més enllà de fer-hi teories parcials o teories d'abast mitjà, segons la terminologia que emprava aquest autor (Merton, 1965: 15-20). El fet, però, és que estan a la nostra disposició un conjunt de sistemes que aspiren a assolir el nivell de teories i que estan fets a partir de diferents corrents del pensament filosòfic: empiristes, dialèctics, funcionalistes, pragmatistes, comprensius, però cap d'aquests arriba al grau de desenvolupament científic que li permeti consolidar-se, ni de lluny, al nivell de les ciències de la naturalesa. De ben segur que les mancances que hom pot observar en les recerques respecte de la comunicació de massa, estan relacionades amb les que pateixen les ciències humanes en general.

De tota manera, més o menys a redós de les visions teòriques desenvolupades en l'àmbit de les ciències socials, en els darrers cent anys, s'han realitzat estudis sobre els mitjans de comunicació, els seus continguts, les seves influències. La recerca sobre aquests temes ha estat intensa especialment als Estats Units, i també a Europa, però, malgrat tot, encara no tenim prou ben estructurats molts aspectes del fenomen de l'eclosió dels mitjans de comunicació moderns que, segons el meu entendre, són fonamentals. Com que resulta evident que la comunicació ocupa un lloc important en la societat —encara que no siguem capaços de determinar, de forma prou satisfactòria, quin és—, és clar que els estudis que s'hi fan cal que estiguin articulats dins d'alguna de les aproximacions a la ciència de la societat que existeixen, car, si no es fa així, resten fora dels contextos teòrics que li són imprescindibles. El resultat de tota aquesta intensa activitat és que els estudis sobre la comunicació i, específicament, sobre els mitjans de comunicació, s'hagin convertit en un apartat de les ciències socials molt concorregut. Aquesta realitat inqüestionable ha fet que sigui corrent de considerar que ja és prou definit per a ser, podrí-

em dir, un àmbit independent, encara que no n'estigui ben determinat l'estatus científic.

Un bon nombre de les recerques que s'hi han realitzat —segurament la majoria—, són de caire empíric, però també n'hi ha una munió que normalment són conegudes com a *teòriques*, perquè intenten anar més enllà del fenomen i pretenen de proporcionar nocions generals. Les primeres estudien realitats i esdeveniments particulars i mai no es proposen de sortir del món de les coses i dels fenòmens; les segones, en el seus treballs, que sempre van més enllà de l'àmbit de les realitats concretes, generalment només procuren de proporcionar orientacions generals a les activitats comunicatives. En conjunt, les dues branques de la recerca han elaborat disciplines que són identificables com a *teoria*, *sociologia* o *estructura de la comunicació* i això ha possibilitat que hi hagi assignatures acadèmiques amb aquests títols. Ara bé, si hem relativitzat la noció de *teoria* aplicada a les ciències socials en general, encara més ho hauríem de fer quan ens referim als estudis sobre la comunicació de massa. És per tot això que cal ser conscients que, si les ciències socials no disposen de vertaderes teories comparables a les que existeixen en les ciències de la natura, pel que fa a la comunicació social encara hem de ser més modestos i ser conscients que només podem aspirar, com a molt, a visions teòriques i no a teories.

Situats en aquest punt, i abans de seguir endavant, crec que paga la pena de fer algunes puntualitzacions que reforcin les afirmacions anteriors. L'epistemologia de les ciències concep les teories com un conjunt de lleis, ordenades metòdicament, referents a algun aspecte de la realitat. Aquestes lleis que formen les teories estan basades en regularitats que expliquen els fenòmens i ens diuen què succeirà si es reproduïxen les mateixes circumstàncies. L'elaboració de teories sòlidament corroborades per l'experiència és el màxim objectiu de totes les ciències experimentals. I és, precisament, en l'elaboració de teories on comença el problema dels qui es dediquen a estudiar la comunicació social o de massa. Per començar, tots sabem que emprem el mot de forma ambigua per a referir-nos a qualsevol text, estudi o comentari periodístic que s'alci poc o molt del nivell de la pura descripció. Jo mateix empro el mot *teoria* en el títol d'aquest treball, encara que sigui amb poca convicció, i la meua contradicció pot ser presa com un exemple que reforça la raó que pugui contenir l'argumentació que estic fent. Probablement seria més correcte que tots plegats parléssim de «visions teòriques» o d'«aproximacions a la teoria». Amb pocs mots, el problema és que, si donem a la noció de *teoria* el seu sentit originari, hem de reconèixer que no existeix una vertadera teoria de la comunicació i menys dels mitjans de comunicació. És evident que la mancança que denuncio es refereix sobretot a la comunicació social i a les seves mediacions, atès que diverses disciplines científiques com la psicologia social o la lingüística han elaborat un gran volum de coneixements que gaudeixen d'un bon nivell científic, però que es refereixen solament als individus i a llurs relacions. Tota aquesta problemàtica no ha privat que, en els darrers trenta o quaranta anys, s'hagi produït una quantitat enor-

me de recerca sobre els mitjans de comunicació, tal com s'ha enunciat anteriorment. Val a dir, però, que els resultats que ens ofereix són, en bona mesura, previsibles i, per tant, alguns d'ells, negligibles. Si això és així, resulta que només una part de la tasca investigadora és aprofitable perquè està feta a partir de vertaders criteris científics. Malauradament, la realitat quotidiana ens fa evident que molts dels treballs d'investigació es realitzen per satisfer necessitats administratives o per tal de justificar subvencions.

Sigui com sigui, el fet és que disposem de molts treballs sobre els mitjans de comunicació i que els seus continguts són utilitzats pels diferents sectors socials per tal de determinar llurs accions sobre el seu camp específic, sense la més petita actitud crítica. Per exemple, els partits polítics i els governs fan cas d'unes eines tan volàtils com les enquestes; el mateix podríem dir de les empreses en el camp de l'economia i de tota mena d'institucions socials. Amb això no es pretén desqualificar radicalment els coneixements i les eines que ens han proporcionat les ciències socials en general i, particularment, les que s'han aplicat al camp que ens ocupa. El que es defensa aquí, adduint un cas particular, és que no es pot tractar el tema dels efectes sense haver-se preguntat mai, d'una manera seriosa, quins són els nombrosos factors que, més enllà dels continguts que difonen els mitjans de comunicació, influeixen en les conductes de la gent.

D'acord amb les argumentacions anteriors, la pretensió d'aquest text és la de fer algunes consideracions sobre les qüestions suara apuntades i de fer-les a través d'un resum de com les han tractat alguns autors i corrents de recerca que, de lluny o de prop, han intentat proporcionar coneixements útils. El procediment que s'ha escollit és el de fer ressaltar, en primer lloc, l'interès que tenen les recerques que ha fet la sociologia alemanya i, d'una manera particular, la tradició científica coneguda com a *sociologia crítica*. Després, en possibles aportacions ulteriors, caldria estudiar, des de la mateixa perspectiva, la resta de corrents i autors que han treballat sobre la comunicació mediada en altres països d'Europa i Amèrica. Del conjunt, en resultaria un balanç general sobre el tema que ens ocupa fet d'una visió particular. És evident que els punts de vista científics i els autors que es fan ressaltar en el present treball són discutibles i que caldria que fossin discutits.

## **Sobre com la dita teoria de la comunicació ordena la realitat que estudia**

Emprant unes metàfores molt comunes, podem dir que la comunicació funciona com el sistema nerviós i el circulatori de la societat. La trobem en tota l'acció humana, tant en la individual com en la col·lectiva i és des d'aquestes perspectives que s'hi fan referències en les diferents ciències socials. Els antropòlegs la consideren una dimensió essencial de l'espècie humana; els qui es dediquen a la ciència políti-

ca valoren la comunicació en públic com una acció ineludible per a relacionar les administracions públiques amb els ciutadans; els pedagogs compten la comunicació entre mestre i alumne com un element constitutiu de la seva funció. Podríem afegir-hi els psicòlegs socials i els sociòlegs, els quals no tenen més remei que tenir en compte la comunicació en general i els mitjans de comunicació de forma particular en llurs consideracions. Encara hi hauríem de comptar els filòsofs, les idees dels quals són a la base de les realitzacions de les distintes ciències. En definitiva, podríem continuar la llista fins a incloure-hi totes les disciplines que es dediquen a estudiar l'acció humana.

Centrats en els mitjans de comunicació, seguint les afirmacions anteriors, ens trobem que participen en la majoria de les activitats que es fan a les societats modernes perquè han ampliat les possibilitats de relació, anant més enllà de les que es poden fer cara a cara. Això ha propiciat que els treballs que s'han confegit com a conseqüència de l'existència i de l'impacte que han originat les mediacions tècniques de la comunicació i de la cultura, s'hagin vist obligats a trossejar el seu objecte d'estudi en parcel·les. El resultat ha estat la definició d'unes unitats que, elaborades amb la finalitat que puguin ser objectes abastables, s'han convertit, a la pràctica, en canòniques, quan, en el seu origen, no eren més que instruments per a fer possible una recerca integrada. A partir d'aquí, s'han anat confeccionant un conjunt d'investigacions que han proporcionat coneixements, més o menys coordinats, als quals se'ls ha atorgat el nom de *teoria*. La conseqüència ha estat que tenim una mena d'explicacions i interpretacions que, a grans trets, tracten sobre l'estructura dels mitjans de comunicació que descriu tot el conjunt de mitjans tècnics, continguts, i audiències; també hi podem afegir les consideracions sobre els mitjans de comunicació com a empreses de capital públic o privat; després s'ha creat un àmbit que ha estudiat els efectes que se suposa que els continguts tenen sobre les audiències; efectes a curt o a llarg termini, efectes sobre la conducta o sobre la manera de veure el món, efectes en els individus i en les masses. Un tercer territori de recerca és el que vol determinar els continguts de les comunicacions massives: això vol dir continguts informatius i culturals. Encara n'hi podem afegir uns quants més: economia dels mitjans, comunicació política; fins i tot podríem afegir-hi la comunicació publicitària i les relacions públiques.

La distribució en àmbits diferenciats del territori que es vol estudiar, particularment quan es tracta d'un espai tan complex i difús com ho és el de la comunicació de massa, esdevé absolutament necessària, però, tanmateix, perillosa. Necessària, perquè és una estratègia racional que han emprat els estudis científics des de sempre per tal de poder treballar sobre realitats concretes i mínimament homogènies. Perillosa, perquè separa el que és una unitat natural i pot fer caure l'investigador o el pedagog en l'error de perdre de vista la unitat pregonada que tenen totes les disciplines que han estat separades artificialment.

Voldria cridar l'atenció respecte del fet que la divisió que s'ha realitzat del fenomen global de la comunicació, té com a base una visió empírica dominant, d'arrel

positivista. Això facilita que sigui possible de pensar que si els àmbits de la comunicació pública s'haguessin fet sota altres aixoplucs teòrics ara tindríem un panorama globalment molt diferent. Només cal pensar com ens aproximariem a la realitat de la comunicació social si ho féssim a cavall de la proposta de Niklas Luhmann, tal com s'esbossa més endavant.

## Sobre la recerca empírica

Es pot afirmar que la recerca en comunicació s'encetà a Alemanya i es va fer, principalment, des de les perspectives de la comprensió i de l'hermenèutica. De tota manera, a causa de la multitud de factors que han planat sobre les ciències socials alemanyes, el centre de gravetat de la recerca en comunicació es traslladà als Estats Units durant els anys posteriors a la Segona Guerra Mundial. És ben cert que, així mateix, es van fer aportacions significatives a França, centrades en els estudis de semiologia i que, a partir dels anys seixanta del segle passat, també s'iniciaren línies de recerca molt interessants al Regne Unit en el camp dels estudis culturals. Malgrat tot, els estudis realitzats amb visió i metodologia de caire empíric s'han estès pels països europeus a partir de la influència dels Estats Units.

A casa nostra, els estudis de comunicació s'iniciaren durant el final de les dècades dels seixanta i setanta, sota una influència molt marcada pels treballs que provenien de França i també d'Itàlia; si bé, molt aviat, l'empirisme nord-americà s'obrí camí i desplaçà progressivament les anteriors aproximacions semiològiques i semiòtiques que s'havien fet en els temes de comunicació. En aquest sentit, podem dir que els treballs de recerca sobre aspectes parcials dels mitjans de comunicació en relació amb la societat, dominen àmpliament el panorama. Empren una metodologia que, en els seus fonaments lògics, ha estat manllevada de les ciències de la naturalesa; per bé que, pel que es refereix a les tècniques concretes, per força han hagut de ser particulars, per tal d'adaptar-se a les realitats que estudien. Si hom fa una visió panoràmica del que s'ha publicat durant els darrers anys en les revistes especialitzades i del que s'ensenya en les facultats de comunicació, trobarà una franca hegemonia de les aproximacions podríem dir positivistes al fenomen social de la comunicació, que tants caires presenta. Això és i ha estat així a casa nostra, però el mateix fenomen el podem trobar en la majoria de recerques que es fan a Europa; per bé que al Regne Unit i de manera especial a Alemanya, al costat de la tendència general de recerca empírica, hi trobarem una inclinació creixent cap a emmarcar els treballs de comunicació sota altres tendències de la filosofia i de la sociologia.

Cal dir que les recerques empíriques presenten avantatges molt importants. D'antuvi, resulta evident que ens estalvien molts intents de teoria banal. Ajuden a bandejar un excés de visió marxista de curta volada, o de psicoanàlisi tronada, així

com també de les restes d'un idealisme escolàstic superat. Despullades dels vestits gastats de la tradició, ens proporcionen un conjunt de dades que poden ser molt útils i àdhuc imprescindibles per a conèixer la realitat social. Això no obstant, cal saber utilitzar les informacions que ens aporten aquestes visions fetes tan arran de terra; és imprescindible que se sàpiga valorar què ens diuen i sobre què parlen; comptat i debatut, cal que ens plantegem si la pura circumstància no ens fa perdre la categoria. Per tant, els comentaris que aquí es faran no tenen la intenció de desqualificar d'una manera rotunda la recerca social empírica, en les seves dimensions qualitatives i quantitatives, sinó de situar-la al nivell que li correspon, segons les tesis que defenso. El problema és que aquest tipus de recerca ens ha portat a fragmentar la realitat que presenta la comunicació social en un conjunt molt gran de parcel·les, a mesurar-les amb els instruments tècnics disponibles i, a voltes, sense tenir la idea clara que es tractava de fragments que formen part d'un complex ordenat molt més ampli. Però el perill més gran que té aquesta manera de fer no és ja el de perdre la idea de conjunt, sinó el d'acabar trencant estructures naturals i estudiant no-realitats. Totes aquestes circumstàncies que envolten la metodologia empírica presenten un conjunt de problemes de difícil solució que freqüentment no són tinguts en compte quan es fan les recerques convencionals. En voler estudiar una realitat social, el primer que es fa és identificar-la, la qual cosa no sempre és possible de fer amb tota la precisió que caldria, atès que molt sovint es tracta d'entitats no prou ben definides. Situats en el subsistema dels mitjans de comunicació, hem de decidir si els volem estudiar en relació amb els diferents àmbits enunciats anteriorment o si ens interessen temes que, d'una manera o altra, s'hi circumscriuen. Aquest és el cas de determinats fenòmens socials relacionats amb la comunicació com, per exemple, l'opinió pública, la publicitat o el màrqueting. Hi ha una pràctica molt estesa que porta a mesurar l'opinió pública mitjançant les tècniques que aporta la demoscòpia; també hi ha treballs que, partint d'aquests mesuraments, pretenen determinar el paper que han tingut els mitjans de comunicació en els estats d'opinió que se suposa que existeixen en un moment determinat. Prenem aquí l'exemple de l'opinió pública perquè, salvant totes les distàncies, presenta dificultats i imprecisions que són generals en totes les aproximacions teòriques a la comunicació massiva, però amb l'avantatge que hi resulten més marcades. És del tot evident que no es poden comparar, pel que fa a llur precisió, els conceptes que utilitza la física o la química amb els de les ciències socials en general i els de la comunicació de forma particular. Les nocions de *partícula* o de *molècula* tenen com a referents realitats molt experimentades i emmarcades en teories científiques consistents. En canvi, les nocions d'*opinió pública* o, més particularment, la de *públic*, serveixen per a entendre'ns però no tenen el grau de precisió que exigeix una teoria científica. Els qui volen determinar l'opinió pública treballen sobre una realitat difusa, la qual s'intenta explicar mitjançant una multitud de definicions diferents i àdhuc contradictòries. Ens pot costar d'admetre, però quan estudiem els fenòmens col·lectius d'opinió, il·lusions o interessos circumstancials a part, no sabem ben bé



sobre quina realitat projectem la nostra atenció. La conseqüència inevitable és que les mesures que es fan amb les tècniques demoscòpiques corren el perill de quantificar realitats fantasmagòriques.

En les recerques sobre realitats més particulars tenim que la fragmentació prèvia que hem hagut de fer, tal com he enunciat anteriorment, presenta perills molt importants. Les tècniques de recerca empíriques que estan al servei d'una concepció positivista, per la seva pròpia naturalesa, ens obliguen a trossejar la realitat fins a obtenir-ne objectes quantificables. Hem de tenir algun criteri vàlid per a fer una tal cosa; un criteri que només ens el poden proporcionar les teories o les visions teòriques de les ciències socials. Però resulta imprescindible que tinguem sempre present que estem descomponent, de forma necessària però sempre artificial, una realitat complexa que és unitària. Per tant, encara que ho fem a l'empata d'una teoria social, cal que siguem conscients que sempre correm el perill de desvirtuar la realitat. Per adduir exemples concrets, ens hem de preguntar si és correcte partir de la noció d'*efectes de la comunicació*, sense situar el tema dins d'una concepció més àmplia de com els individus i els grups configuren llur visió de la realitat. Seria prudent que, abans de lliurar-nos a estudiar els efectes dels mitjans, coneguéssim amb precisió d'on ve i a on ens porta un tal concepte. Problemes semblants ens els presenta l'anàlisi de contingut dels mitjans; quan el fem volem esbrinar les posicions ideològiques que són implícites, més enllà dels continguts informatius que hi ha al darrere del que apareix d'una manera manifesta. En aquests casos els significats dels enuncis lingüístics sovint es poden interpretar de forma diversa, i encara més els que es basen de manera preferent en imatges, car les impressions que provoquen són clarament polisèmiques. En les anàlisis de contingut es corre, doncs, el perill de projectar la ideologia i els prejudicis de l'analista sobre els resultats. Aquest perill és especialment important en el cas de la interpretació de discursos visuals o audiovisuals.

Els punts bàsics que contenen les consideracions que hem fet sobre la recerca empírica es poden resumir de la manera següent:

1. La recerca empírica ens proporciona dades de detall sobre el tema que ens interessa. Aquestes dades, per si mateixes, només són informació fora de context, cosa que vol dir no interpretada. Per tant, podem afirmar que és necessària, però insuficient.
2. És així, doncs, que les dades empíriques han de ser situades i ordenades dins un context que els doni el sentit que per si mateixes no tenen.
3. Les informacions despulades i aplicades a interpretar un fenomen social concret, de forma instrumental, només serveixen per a malinterpretar la realitat.
4. Hem de ser conscients que, per això, la recerca s'ha de fer sempre dins una visió general de la societat. Les diferents teories socials proporcionaran un significat diferent de les mateixes dades de detall. És com si les informacions es vestissin de forma diferent segons qui les utilitzés. El problema rau que, d'una manera conscient o no, hom parteix, la major part de les vegades, d'una teoria social implícita que és força discutible.

5. Una conseqüència dels fets assenyalats és que les dades que proporciona la recerca empírica poden ser interpretades de forma diversa i són menys objectives del que pot semblar a primera vista.

## Els treballs dels autors alemanys

Respecte de la necessitat de situar la comunicació en general, i la de massa de faísó particular, en el lloc que li correspon dins de l'estructura social, crec que els autors alemanys són els qui més s'hi han acostat, per bé que no siguin els únics que han treballat en aquesta direcció. Efectivament, també al Regne Unit, a França, a Itàlia i àdhuc als Estats Units s'han fet aportacions remarcables en la dimensió que destaquem aquí, però en deixo l'estudi per a una altra ocasió; ara ens centrarem en les recerques que han sorgit en la sociologia, o potser encertaríem millor la denominació si parléssim de filosofia social alemanya. Les causes del que considero que és una realitat comprovable són diverses, però probablement les més importants les hem d'anar a cercar en la tradició particular de la cultura alemanya, la qual sempre ha estat més abocada a les visions comprensives que no pas les empíriques. La cultura d'aquest país, durant l'època contemporània, i malgrat les desastroses circumstàncies bèl·liques i polítiques que ha hagut de patir, s'ha distingit per la seva particularitat (Lepenies, 2008). I no hi ha dubte que aquest fet ha tingut influència en la fonamentació i el desenvolupament de les ciències socials.

Durant les darreres dècades, el capitalisme liberal o neoliberal sembla que hagi guanyat la batalla als altres models d'organització de la vida, dominant la política, l'economia i els mitjans de comunicació. L'antiga oposició marxista, o influïda pel marxisme, s'ha diluït deixant pocs rastres i més aviat mals records. Fins i tot la sociologia crítica de l'Escola de Frankfurt sembla que estigui parcialment oblidada, si més no pel que fa als autors de la seva primera generació. Em refereixo principalment a Adorno, Horkheimer, Marcuse... i àdhuc Benjamin, el qual, malgrat la seva posició personal diferenciada, el podem situar dins el mateix àmbit intel·lectual. Quins pocs recordem la *Dialèctica de la Il·lustració*, amb la seva concepció de les indústries culturals? Quins professors escadussers expliquen en llurs classes les denúncies que feien aquests autors de les conseqüències alienadores del capitalisme imperant? Finalment, quins pocs apliquen les troballes de la sociologia crítica en llurs activitats de recerca?

L'adscripció que van manifestar els membres de l'Institut a una determinada versió del pensament racional, segons la tradició que es va desenvolupar d'ençà de la Il·lustració, ha xocat amb les generacions actuals amarades de relativisme i allunyades dels grans relats de la modernitat. Cal denunciar, doncs, un oblit —relatiu, però— de les aportacions que van fer els membres de la primera generació de la teoria crítica que existí. Es tracta d'un oblit que considero del tot injustificat. És ben

cert que durant els darrers cinquanta anys, i fins i tot trenta, el món ha canviat molt i molt. També ho és que les societats actuals són força diferents de les que les han precedit; així com també és cert que les aproximacions teòriques que pretenen explicar la realitat i proporcionar-nos la mesura dels canvis, han plantejat dubtes sobre les ideologies socials que cercaven alternatives al sistema dominant. Fins i tot els dubtes —i això encara és més difícil d'explicar— han arribat a incloure les teories de ciències de la natura i també les formals, com la matemàtica i la lògica (Fischer, 1997: 15).

Quedem, doncs, que, molt probablement, hagin estat els autors alemanys els qui millor s'hagin ocupat de situar la comunicació i els mitjans com a centre de l'acció humana i dins de l'estructura social. Ho han fet des de perspectives científiques ben diverses; només cal recordar la sociologia comprensiva de Max Weber, el grup de filòsofs i sociòlegs que van crear la teoria crítica de l'Escola de Frankfurt, i la reconstrucció que en fan Jürgen Habermas i Axel Honneth recentment. Així, doncs, som davant d'una manera de treballar que només ha estat interrompuda parcialment pels resultats de la Segona Guerra Mundial i que els darrers anys ens proporciona mostres d'una recuperació molt potent.

Per començar, tenim la denúncia que feu Max Weber de la necessitat d'una sociologia de la premsa, en una data tan allunyada com el 1910 (Weber, 1992), així com la creació de la primera càtedra de periodisme. Es tracta de fets prou coneguts, però no per això menys significatius. Weber plantejà amb molta claredat les característiques de la premsa com a empresa capitalista i com a conformadora de l'espai públic. Això no obstant, en els seus admirats i admirables treballs no s'hi troba cap referència al paper que fan els mitjans dins de l'estructura social. A la seva època, es pot dir que només hi havia els llibres, la premsa i la fotografia, però és evident que ja començava a entreveure's l'articulació del sistema comunicatiu del segle xx.

Seran més interessants per a les tesis que defenso, els autors aplegats en l'Institut für Sozialforschung. Es tracta d'un grup d'investigadors que han estat coneguts com els fundadors de l'Escola de Frankfurt i que se'ls considera caps de fila del corrent conegut com a *sociologia crítica*. Van inaugurar una tradició de filosofia social que ha tingut diverses etapes i que, d'una manera o altra, manté la seva vigència pel fet que moltes de les seves afirmacions continuen tenint el poder de treure a la llum allò que està amagat en la cultura dels nostres dies. Van començar els seus treballs durant els anys vint del segle passat, a l'època de la malaguanyada República de Weimar; després, amb l'ascens del nazisme, no tingueren més remei que exiliar-se per tal de continuar la seva tasca. Partiren d'un marxisme filosòfic, fora de les influències doctrinals del comunisme del seu temps. Posteriorment, amb Erich Fromm, s'incorporà a les bases teòriques de l'Escola la psicoanàlisi freudiana. Aquest fet ha provocat que per a descriure els seus fonaments teòrics, a voltes, s'hagi parlat de *freudomarxisme*. Una de les preocupacions més persistents en llurs obres la trobarem en la defensa i el desenvolupament de la racionalitat, la qual cosa

els féu reaccionar en contra de la decadència de la Il·lustració, que ja era perceptible en el període entre les dues guerres mundials. Denunciaren la crisi de la democràcia burgesa, la degeneració dels productes culturals perquè s'havien convertit en mercaderies, així com l'ascens de la irracionalitat dels règims autoritaris. Es tracta de Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Erich Fromm i Herbert Marcuse, entre d'altres. També cal afegir-hi Walter Benjamin; si bé sempre va mantenir les distàncies amb el nucli dur dels membres de l'Institut, la seva adhesió a la filosofia dialèctica i les seves aportacions científiques marxaven en una direcció paral·lela. Aquest conjunt d'intel·lectuals van interessar-se pels nous mitjans de comunicació; per bé que, en aquesta primera generació de sociòlegs crítics, un dels centres principals de les seves preocupacions teòriques el situaren en les noves formes de producció cultural que seguien la lògica capitalista d'alienació de les classes populars. Denunciaven que la falsa consciència provocada per uns productes culturals desproveïts de qualsevol element crític, anava a favor dels interessos de la classe dominant.

La burgesia, en una primera etapa, va crear els mercats culturals i, finalment, amb la fotografia, la ràdio i el cinema, també va intervenir en la fabricació de les obres. D'aquesta manera, es desplaçaren les formes artesanies de producció, substituint-les per procediments propis de la fabricació industrial seriada. El resultat fou que la creació de ficció, de notícies, d'imatges es va convertir en una branca més del negoci capitalista. A partir d'aquests canvis —que no m'estaré de qualificar de revolucionaris—, la cultura prengué una dimensió diferent de la que havia tingut en les societats anteriors. La noció d'*indústria cultural* elaborada per Adorno i Horkheimer ha estat àmpliament utilitzada fins als nostres dies, no solament pels autors crítics sinó també per la majoria dels qui reflexionen sobre la cultura contemporània. Al marge del marxisme i de les influències freudianes que hagin pogut restar més o menys fora de lloc en la nostra època, el fet d'adonar-se que la nova cultura confeccionada per equips de treball i emprant mediacions tècniques sofisticades canvia els continguts de les obres, és una aportació de primer ordre, que era veritat abans i que ho continua essent ara. La noció d'*indústria cultural*, doncs, és utilitzada constantment, fins i tot pels qui s'han oblidat dels autors de la primera generació de sociòlegs crítics. Seria molt saludable que en usar-la es tingués sempre present quins foren els qui la van crear i en quines circumstàncies.

Lligant amb la constatació del paper de les indústries culturals que van fer Adorno i Horkheimer, existeixen els treballs de Walter Benjamin que ens expliquen les transformacions que origina la reproductibilitat tècnica sobre l'art contemporani. Aquest autor ens va fer palès que les noves formes d'elaborar i de reproduir els productes artístics i culturals eliminaven el substancial distanciament que havien mantingut tradicionalment respecte dels seus receptors. Un dels fenòmens centrals de tot aquest procés ha estat la desaparició de l'original i el fet que hagi estat substituït per una sèrie de còpies que estan al mateix nivell. Aquest conjunt de canvis fa que els productes artístics actuals siguin pròxims als espectadors i manipulables i que la destrucció d'una o de moltes còpies no tingui cap mena d'importància. La

conseqüència d'unes tals transformacions en la producció cultural —ens explica Benjamin—, és que s'ha produït la pèrdua de l'aura de què gaudien les obres d'art tradicionals. La noció d'*aura* és difícil de definir, però es pot dir que, a grans trets, es refereix a la simbologia que contenen les obres d'art, la qual provoca emocions de tot tipus als qui hi entren en contacte. Fins i tot podríem afegir-hi el fetitxisme inherent als productes sobre els quals els observadors experimenten les seves emocions estètiques.

Crec que es pot afirmar que posar atenció tant sobre el tema de les indústries culturals com sobre el de l'aura, constitueix una aportació de primer ordre que ajuda a entendre aspectes importants de la visió del món que domina en les societats contemporànies. Cal apuntar, però, que totes aquestes idees hauran de ser revisades, a causa de les noves condicions que introdueixen les tecnologies digitals en tots els àmbits de la cultura, de la informació i de les relacions personals.

Els treballs dels sociòlegs crítics ens indiquen ben clarament de quina manera, des de la filosofia social, es poden elaborar concepcions vàlides sobre un aspecte parcial, però important, de la comunicació. D'aquesta manera, els exemples exposats reforcen la tesi defensada en el text present sobre una doble necessitat: per un cantó, que les ciències socials es plantegin seriosament el paper que realitza la comunicació en l'acció social, i per l'altre, que els estudis sobre els mitjans de comunicació i les seves conseqüències culturals s'han de fer dins el marc d'una teoria social. Si es deixen de banda aquestes dues condicions, les intenses recerques que es confeccionen actualment dins d'aquest àmbit resten fora d'una lògica científica seriosa i solament poden proporcionar-nos coneixements instrumentals de curta volada.

L'autor, inscrit dins la teoria crítica, que realment situa la comunicació al servei d'una racionalitat plena en el centre de la seva concepció normativa de la societat, ha estat Jürgen Habermas, el qual podem considerar que conforma la segona generació de l'Escola de Frankfurt. Desenvolupa la seva teoria de l'acció comunicativa, a través de la qual assenyala la necessitat de la comunicació mitjançant el llenguatge, tant la que es realitza dins del terreny de les relacions personals com també la que es fa en l'exercici de la racionalitat discursiva en el si de l'esfera pública. Amb tot això, podem afirmar que s'acosta al que es postula en el present text; tanmateix, no amb la profunditat que desitjaríem pel que fa a la comunicació mediada.

Amb la teoria de l'acció comunicativa es proposa de fonamentar els elements de la teoria crítica de la societat que resten sense justificació racional. És natural que Habermas tracti el tema de la racionalitat, atès que, no només és el que ha estat més treballat i discutit dins de la tradició filosòfica i científica occidental, sinó que forma part del pensament il·lustrat que ell tracta de reconstruir. És conscient que la teoria crítica originària estableix uns lligams amb la tradició filosòfica dedicada a tractar la racionalitat. Resulta evident que Kant, Hegel o Marx i tot l'idealisme alemany van ser precedents necessaris; això sí, despullant-los completament de tot contingut metafísic. Pel seu cantó, la posició de Habermas consisteix a superar

els paradigmes que provenen de la filosofia de la consciència i, àdhuc, els que lliuen l'acció exclusivament a l'obtenció de fins purament estratègics. Tots els primers autors crítics, i el mateix Habermas, són conscients que el seu projecte implica necessàriament partir de la base segons la qual la racionalitat no pot comprendre's en abstracte sinó necessàriament inserida en els àmbits socials on realment es desenvolupa. És evident que cada subjecte és racional, però aquesta racionalitat no té sentit ni objecte si no és a través de la seva relació discursiva amb els altres. Per tant, no només trobarem l'acció racional en els individus aïllats sinó en les interaccions que realitzen privadament i pública. Per tant, els problemes de raó han de ser tractats també en el si de la teoria social. Aquest convenciment el porta a intentar crear unes ciències socials fundades sobre la teoria de la comunicació, la qual cosa representa iniciar un procés reconstructiu de la racionalitat plena. L'exercici de la racionalitat discursiva el condueix a explicar el fenomen de l'opinió pública i a denunciar-ne la desvaloració a causa de l'ús purament instrumental que fan dels discursos persuasius les relacions públiques i la publicitat; una raó instrumental que aquestes activitats han exportat al camp de la comunicació política, desvirtuant el paper que la societat civil ha de fer en el marc de l'esfera pública i trencant els fonaments de la discussió racional, característica del funcionament democràtic de la societat.

La racionalitat arrelada a la realitat social ha de traduir-se lingüísticament. Un grup humà, una comunitat, comparteix valors i experiències comunes que ha de preservar perquè constitueixen el domini natural de la comunicació. Es tracta del que ha vingut a denominar-se *el món de la vida*. Aquest àmbit de comunicació pot estar colonitzat per la racionalitat instrumental que va lligada a l'ús que comunament es fa dels mitjans. Tot això ha estat la causa que els estudis del llenguatge en la interacció humana, que ha confegit la filosofia pragmàtica, però en la línia en què ho féu George H. Mead, hagin esdevingut fonamentals per a l'elaboració del concepte de l'acció comunicativa.

Les generacions successives de la teoria crítica, que han tingut com a caps de fila, a més de Habermas, a autors tan importants com Albrecht Wellmer i Axel Honneth, entenen que la crítica social ha de constituir una forma de reflexió lligada a la pretensió universal d'emancipació. Una tal pretensió està marcada, de forma necessària, per la praxi de la comunicació. La comunicació intersubjectiva, que té com a fonament imprescindible el llenguatge, és portadora de la força alliberadora que no pot mancar per a vèncer la dominació externa. Corregint el marxisme escleròtic que existia en la seva darrera etapa, conclouen que l'emancipació no vindrà a causa de les contradiccions que procura el treball en l'economia capitalista, sinó de la força d'una raó comunicativa i de la reacció de les classes populars —no ja del proletariat exclusivament— en contra de la infravaloració moral i simbòlica que pateixen.

En un corrent de pensament radicalment oposat al de la teoria crítica, però que també situa la comunicació en el centre dels seus interessos, trobem les aportaci-

ons que fan Niklas Luhmann i, en general, els denominats *constructivistes*. És evident que una tal línia de pensament tampoc no és prou tinguda en compte en els àmbits acadèmics i científics del nostre país que es dediquen a estudiar la comunicació. Aquest autor alemany va crear tota una teoria social, en la qual la comunicació hi fa un paper molt important; una teoria que ha influït força sobre alguns dels corrents que són vigents als nostres dies, tal com és el cas de la tematització italiana. La seva aposta sociològica és coneguda com a *funcionalisme sistèmic*. Es tracta d'un intent molt seriós de bastir una teoria de la societat consistent, basada en el funcionalisme de la darrera etapa de Talcott Parsons i amb les aportacions de la teoria de sistemes de H. Maturana i F. Varela. Per a les qüestions que volem fer ressaltar en aquest text, resulten molt significatives les idees que aporta i les argumentacions que fa Luhmann a favor d'una teoria de la comunicació lligada als fenòmens de diferenciació i als d'evolució dels sistemes socials. A partir d'aquí, crec que és lícit d'afirmar que, s'estigui o no d'acord amb els enfocaments científics que són a la base de la seva construcció teòrica, es tracta d'un autor molt important i que dins el seu sistema hi ha aportacions que mereixen una atenció i un reconeixement superiors als que se li han donat fins ara.

D'antuvi, cal tenir en compte que el concepte de *comunicació* que usa Luhmann no és el convencional, el qual és descrit com la transmissió de tota mena de missatges entre un emissor i un receptor. Aquesta definició és considerada una metàfora que no es correspon amb la realitat. No es pot concebre la comunicació com una transferència. Resta clar que el supòsit que podem considerar com a convencional està basat en la pretensió que la informació passa de l'emissor al receptor i que, a partir d'aquí, aquest receptor es troba involucrat, d'una forma passiva o activa, en la iniciativa que ha tingut el primer. Però la teoria de sistemes contradiu aquesta metàfora, cosa que la fa de difícil acceptació, atès que la idea de transferència, tant en la comunicació unidireccional com en la bidireccional, està present en els usos que se'n fa en la vida quotidiana i també en els més especialitzats del periodisme i en els molt especialitzats dels estudiosos de la comunicació. En canvi, Luhmann postula que la susdita metàfora no serveix perquè suposa massa coses. Encara que pugui sorprendre, considera que es tracta d'un concepte que podem considerar metafísic, en el sentit que és purament conceptual i que no té cap correspondència amb la realitat. No hi ha pèrdua de res en l'emissor, car l'emissor no dóna res, atès que els sistemes són autoreferents. La comunicació comença amb un suggeriment solament i, si el suggeriment és recollit, si és que això succeeix, és quan es produeix la comunicació. A més, la metàfora de la transmissió ens porta a la idea errònia que la informació transmesa és la mateixa entre els qui intervenen en el procés. Així, Luhmann pot arribar a dir que la comunicació no es pot entendre com la transmissió de quelcom sinó com la supercoordinació dels organismes que ja estaven coordinats.

La societat no és un cas especial de l'acció; el que passa és que en els sistemes socials l'acció es fa a través de la comunicació i de l'atribució, en una reducció de

la complexitat, com a autosimplificació necessària del sistema. La societat és, doncs, un sistema que està fet de comunicacions, que han de ser enteses en el sentit anteriorment apuntat i no en el que podem qualificar de tradicional.

Hem d'esforçar-nos a entendre que les comunicacions estan fetes de propostes ja seleccionades: «El que es comunica no solament és seleccionat, sinó que és ja selecció i per això és comunicat. A causa d'això, la comunicació no s'ha d'entendre com un procés de selecció entre dos sinó entre tres seleccions. No només es tracta d'emissió i recepció amb una atenció selectiva en cada cas; la mateixa selectivitat de la informació és un moment del procés de comunicació, perquè únicament relacionant-s'hi pot activar-se l'atenció selectiva» (Luhmann, 1998: 142).

Luhmann considera que els mitjans de comunicació formen un sistema autònom, com també ho són el polític, l'econòmic i la resta que componen el que considerem la realitat social. De fet, ell només parla de sistemes i de llurs relacions. El comunicatiu, com tots els altres, és autopoietic i autoreferent. Cal tenir en compte que aquests sistemes no són ni funcionen de la mateixa manera que els descriu el funcionalisme de Talcott Parsons i dels molts que han seguit el corrent funcionalista. Luhmann no veu la societat com un organisme dins el qual els diferents sistemes realitzen unes funcions que permeten mantenir la unitat. En lloc d'això, els sistemes es descriuen com a *clausurats* i les relacions que mantenen amb els altres es fan des de la perspectiva interna autoreferent. O sigui que aquest plantejament contradiria l'afirmació feta més amunt sobre la naturalesa del sistema comunicatiu com a realitzador de les funcions de creació i de circulació de la informació, tal com s'apunta de forma convencional. És per això que hem de partir del fet que els mitjans de comunicació, com que conformen un sistema clausurat, actuen d'acord amb les finalitats de reforçar la seva estructura interna i de millorar la seva pròpia complexitat i, en canvi, amb la finalitat de reduir la que existeix en l'ambient. El grau tan elevat de comunicació que assoleixen és degut al fet que trenquen el contacte que hi ha en els processos d'interacció. A partir d'aquí, els mitjans s'organitzen internament i creen les nocions de realitat que estan fetes segons la seva manera de funcionar.

Els mitjans de massa constitueixen una manera específica de comunicació que opera amb un codi propi i, per tant, diferent del que usen els altres sistemes. El seu procediment consisteix a seleccionar allò sobre què cal informar d'un univers de gran complexitat. Però, cal entendre, tal com s'ha apuntat més amunt, que no es tracta simplement de seleccionar a partir d'una mena de magatzem d'esdeveniments i d'informacions, sinó que es fa ja de comunicacions. El seu codi no es basa en la veracitat, tal com sustenta una concepció ingènua del periodisme, sinó en la dualitat d'informar o de no fer-ho.

Per bé que els mitjans de comunicació mantenen una clausura interna, no poden sostreure's als altres sistemes que anomenem *societat*: els mitjans són sistemes que interactuen amb altres sistemes. Aquesta relació es fa a través dels temes, els quals Luhmann considera que són complexos de sentit indeterminats que poden



ser desenvolupats a partir d'aportacions diferenciades i àdhuc contradictòries. La importància dels temes en les relacions comunicatives, la diferenciació entre temes i aportacions, així com l'ús que fa d'aquests conceptes funcionals en fenòmens socials com el de l'opinió pública són algunes de les aportacions del sociòleg alemany, que ha tingut una influència remarcable en diversos autors que han estudiat la comunicació dins el sistema social.

Rest a evident, doncs, que el funcionalisme sistèmic ens obliga a pensar i repensar la comunicació i que ens proporciona conceptes força útils per a comprendre el funcionament dels mitjans. A més, cal afegir que les seves tesis van en la direcció, que es demana en el text present, de situar la comunicació com una estructura bàsica de la societat.

## A tall de conclusió

Una de les motivacions que m'han portat a realitzar el present treball és la de cridar l'atenció sobre una concepció restringida dels estudis de comunicació de caire instrumental. Es denuncia que aquesta manera de tractar un fenomen social tan important té com un dels seus objectius fonamentals el de la reïficació de les consciències, dins el marc de la societat liberal capitalista actual. S'ha argumentat a favor de considerar que existeix una doble mancança: per un cantó, la teoria social hauria d'incorporar, dins de les estructures que compon, la comunicació i, especialment, els mitjans de comunicació; per l'altre, que la recerca en comunicació s'ha de fer, perquè sigui fructífera, dins el marc d'una teoria social. Hem vist com alguns autors i corrents s'han acostat a allò que hem considerat positiu i que els resultats han estat reeixits. Els treballs de les diferents generacions de l'Escola de Frankfurt, els del funcionalisme sistèmic, els de l'interaccionisme simbòlic, sense oblidar els constructivistes, han realitzat aportacions importants en la línia que aquí es defensa. De tota manera, s'ha intentat fer palès que encara manca una gran teoria que faci un dibuix complet dels diversos sistemes de la societat. Potser els qui més s'han acostat a aquest objectiu han estat els psicòlegs socials, però es tracta d'uns treballs que no poden tenir en compte, si no és d'una manera molt aleatòria, el paper que fan els mitjans de comunicació. Per tal de completar el panorama que he esbossat, hi manquen encara alguns altres autors que em proposo de tractar en un treball futur; tanmateix, la seva anàlisi enriqueix, però segurament no canviarà, les afirmacions genèriques que s'han fet en comentar les aportacions dels científics alemanys; el resultat final, doncs, serà el mateix, però més complet.

El que s'ha anomenat «el final de les ideologies» fa referència a la caducitat de les idees antigues i a la pruija de fer valer un eclecticisme que, segons la meua visió, ens condueix al dubte estèril. I això passa en una època en què tenim la missió d'intentar d'explicar i de marcar el camí que cal seguir enfront dels reptes que els

nous temps ens plantegen. Cal encetar un treball intel·lectual reconstructiu que torni a introduir la racionalitat, l'ètica i l'estètica d'acord amb els temps. Estem en unes noves societats, existeixen els mitjans de comunicació digitals que, de ben segur, faran canviar moltes coses. Necessitem teories socials, incloses les dedicades a la comunicació, que siguin útils a la reflexió i a l'acció. Perquè els nostres coneixements i desitjos no estiguin excessivament allunyats de la realitat, hauríem de ser capaços de crear una cultura reconstructiva que corregís les dissonàncies que s'han produït a partir del darrer terç del segle xx. ■

## Bibliografia

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max (1998). *Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta. [Edició original: *Dialektik der Aufklärung*. Nova York: Social Studies Association. Inc., 1944]
- BENJAMIN, Walter (1983). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62. [Edició alemanya: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt: Suhrkamp, 1963. Hi ha una versió francesa de 1939]
- FISCHER, Hans R. (1997). «Sobre el final del los grandes proyectos». A: FISCHER, Hans. R.; RETZER, Arnold; SCHWEITZER, Jochen (comp.). *El final de los grandes proyectos*. Barcelona: GEDISA. [Edició original: *Das Ende der großen Entwürfe*. Frankfurt: Suhrkamp, 1992]
- HABERMAS, Jürgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra. [Edició original: *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt: Suhrkamp, 1981]
- (1998). *Facticidad y validez: Sobre el derecho y el estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Madrid: Trotta. [Edició original: *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt: Suhrkamp, 1992 i 1994]
- LEPENIES, Wolf (2008). *La seducción de la cultura en la historia alemana*. Madrid: Akal. [Edició original: *The seduction of culture in German history*. Princeton: Princeton University Press, 2006]
- LUHMANN, Niklas (1998). *Sistemas sociales: Lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Anthropos. [Edició original: *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt: Suhrkamp, 1984]
- (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos. [Edició original: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher, 1996]
- MEAD, George H. (1982). *Espíritu, persona y sociedad: Desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós. [Edició original: *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press, 1934]
- MERTON, Robert K. (1965). *Teoría y estructura sociales*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica. [Edició original: *Social theory and social structure*. The Free Press, 1949]
- WEBER, Max (1992). «Informe a la Sociedad Alemana de Sociología». *Reis*, 58. [Traduït de *Verhandlungen des Ersten Deutschen Soziologentages vom 10.-11. Oktober 1910 in Frankfurt a. M.*, S. 39-62. Tübingen: J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), 1911]